

***Purchase Decisions Product In Starbucks  
(Case Study at Starbucks One Belpark Mall, Jakarta)***

**By**

**Mathilda Aquita Haumahu**

***Abstract***

*This research is a quantitative research that aims to determine the effect of product quality, brand image, and price on purchasing decisions. The population in this study was starbucks lovers at one belpark mall. The sample size was taken as many as 75 respondents, with non probability sampling method, especially purposive sampling. Data collection is done through the distribution of questionnaires. The analysis technique used is the method of PLS (Partial Least Square) analysis. The result of this study indicate that (1) product quality has a significant influence on purchasing decisions with path coefficient values of 0,741. (2) brand image has a significant influence on purchasing decisions with path coefficient values of 0,457. (3) prices has not influence on purchasing decisions with a path coefficient of -0,300.*

*Keywords: Product Quality, Brand Image, Price and Purchase Decision.*

**Keputusan Pembelian Produk *Starbucks*  
(Studi Kasus Pada *Starbucks One Belpark Mall, Jakarta*)**

**Oleh**

**Mathilda Aquita Haumahu**

**Abstrak**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah penikmat produk *starbucks* di *one belpark mall*. Ukuran sampel diambil sebanyak 75 orang responden, dengan metode *non probability sampling* khususnya *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisisioner. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis PLS (*Partial Least Square*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,741. (2) citra merek memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,457. (3) harga tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien jalur sebesar -0,300.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Keputusan Pembelian.